

UNIDOS POR EL FLOG: ¿CIBERCULTURAS JUVENILES?

JOINED BY THE FLOG: YOUTH CYBERCULTURES?

Carles Feixa*

Universitat de Lleida

Resumen

Este texto reflexiona sobre la metamorfosis de la condición juvenil a partir de tres relatos literarios. El primer relato, el síndrome de Tarzán, fue inventado por Rousseau a finales del siglo XVIII y perduró hasta mediados del siglo XX: según este modelo, el adolescente sería el buen salvaje que inevitablemente hay que civilizar, a un ser que contiene todos los potenciales de la especie humana, que todavía no ha desarrollado porque se mantiene puro e incorrupto. El segundo relato, el síndrome de Peter Pan, fue inventado por los felices *teenagers* de posguerra, y se convirtió en hegemónico en la segunda mitad del siglo XX, gracias en buena parte al potencial de la sociedad de consumo y del capitalismo maduro. El tercer relato, finalmente, que se basa en lo que podríamos denominar el síndrome de Blade Runner, emerge en el final de siglo y está llamado a devenir hegemónico en la sociedad futura. Esta metáfora literaria se ilustra con una reflexión sobre la generación de la red (a la que podemos denominar la generación digital) y con una breve incursión a una de las últimas subculturas juveniles surgidas en Argentina a partir de la pasión por el ciberespacio: los *floggers*.¹

Palabras clave: Juventud. Tarzán. Peter Pan. Blade Runner. Ciberespacio.

Abstract

This text reflects on the metamorphosis of the condition of youth from three literary stories. The first story, the Tarzan syndrome, was invented by Rousseau in the late eighteenth century and lasted until mid-twentieth century: according to this model, the teenager would be the noble savage that inevitably have to civilize, to a being that contains all potential of the human species, which still has not developed because it remains pure and incorrupt. The second story, Peter Pan syndrome, was invented by the happy post-war teenagers, and became hegemonic in the second half of the twentieth century, thanks in large part to the potential of consumer society and mature capitalism. The third story, finally, based on what we might call Blade Runner syndrome emerges in the turn of the century and is destined to be come hegemonic in the future society. This metaphorical illustrated literary reflection on the Net generation (which we call the digital generation) and a brief foray into one of the last youth subcultures emerged in Argentina from a passion for cyberspace: the *floggers*.

Key Words: Youth. Tarzan. Peter Pan. Blade Runner. Ciberespace.

* Catedrático de Antropología Social en la Universitat de Lleida, doctor en antropología social por la Universidad de Barcelona y *Honoris Causa* por la de Manizales (Colombia).

¹El presente texto se basa en la conferencia impartida en la Universidad Autónoma de Baja California (Mexicali, marzo de 2011), como profesor invitado del Posgrado en Estudios Socio-Culturales. Existe también una versión en portugués, publicada en: Feixa, C. (2011). Tarzan, Peter Pan, Blade Runner. Relatos juvenis era global. In J.M. Pais, V.S. Ferreira, & R. Bendit (Eds.). *Jovens e Rumos* (pp. 203-222). Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.

INTRODUCCIÓN

Tarzán, Peter Pan y Blade Runner son tres relatos literarios y cinematográficos que han formado el imaginario de distintas generaciones. Se trata de tres modelos que nos permiten reflexionar sobre las modalidades de “socialización” en distintos tipos de culturas. Pero también pueden ser otros tantos modelos para reflexionar sobre las relaciones entre nuevas tecnologías y desarrollo humano.

El primer modelo, el síndrome de Tarzán, fue inventado por Rousseau a finales del siglo XVIII y perduró hasta mediados del siglo XX. Según este modelo, el adolescente sería el buen salvaje que inevitablemente hay que civilizar, a un ser que contiene todos los potenciales de la especie humana, que todavía no ha desarrollado porque se mantiene puro e incorrupto. El segundo modelo, el síndrome de Peter Pan, fue inventado por los felices *teenagers* de posguerra, y se convirtió en hegemónico en la segunda mitad del siglo XX, gracias en buena parte al potencial de la sociedad de consumo y del capitalismo maduro. El tercer modelo, finalmente, que se basa en lo que podríamos denominar el síndrome de Blade Runner, emerge en el final de siglo y está llamado a devenir hegemónico en la sociedad futura. Como los replicantes de la película de Ridley Scott, los adolescentes sueñan seres artificiales, medio robots y medio humanos, escindidos entre la obediencia a los adultos que los han engendrado y la voluntad de emanciparse.

Este texto reflexiona sobre la metamorfosis de la condición juvenil en la era digital a partir de esta metáfora literaria, que a continuación ilustramos con una reflexión sobre la generación de la red (que yo denomino generación digital) y con una breve incursión a una de las últimas subculturas juveniles surgidas en Argentina a partir de la pasión por el ciberespacio: los *floggers*.

EL SÍNDROME DEL NIÑO SALVAJE: TARZÁN

“Tarzán de los Monos, alevín de hombre primitivo, ofrecía una imagen llena de patetismo y promesas. Era como una alegoría de los primeros pasos a través de la negra noche de la ignorancia en busca de la luz del conocimiento”

(E. R. Burroughs, *Tarzán de los monos*, [1912] 2002)

El primer modelo de juventud, que se basa en lo que podemos denominar el *síndrome de Tarzán*, fue inventado por Rousseau a finales del siglo XVIII y perduró hasta mediados del siglo XX. El relato de Tarzán es un ejemplo de otros tantos testimonios periodísticos, literarios y cinematográficos de “niños salvajes” o “emboscados”: menores perdidos o raptados y educados por animales o por tribus primitivas. Se trata de un mito -y de algunos casos verídicos- que pusieron sobre el tapete una de las cuestiones centrales de la ciencia social moderna: el debate *nature or nurture* (naturaleza o crianza). ¿La naturaleza humana se basa en la biología o bien en la educación? ¿La adolescencia es una fase natural del desarrollo o bien un invento de la civilización? ¿Puede todo menor ser “encauzado” mediante buenas prácticas de crianza o de socialización?

Tarzán de los monos fue escrito por E. R. Burroughs en 1912 y se popularizó, sobre todo, gracias a las películas producidas por Hollywood en el periodo de entreguerras. La historia es conocida: en 1888, en plena era colonial, un joven aristócrata inglés, lord Greystoke, es enviado por la corona británica a la costa occidental de África para intervenir en una disputa con otra potencia colonial que utilizaba a ciertas tribus que vivían a orillas de río Congo como soldados y recolectores de caucho. El lord viaja con su esposa, pero se produce una rebelión en la nave y son abandonados a su suerte en plena selva. Allí construyen una cabaña esperando que alguien les rescate: en ella nace su hijo. Cuando los padres mueren, el bebé es adoptado por una gorila que acababa de perder a su cría: la mona lo amamanta y lo cuida como si fuera su propio hijo. A medida que crece, sus rasgos diferenciales van haciéndose más evidentes y despertando la animosidad del jefe y del resto de la banda. Además del aspecto físico, su diferencia se expresa, sobre todo, en los ritmos y los contenidos de su aprendizaje: “A veces, Kala debatía con las hembras mayores la cuestión, pero ninguna de ellas comprendía cómo era posible que aquel joven tardara tanto en aprender a valerse, a cuidar de sí mismo”. Sin embargo, “en el esclarecido cerebro de Tarzán se agitaban siempre infinidad de ideas, detrás de las cuales, en el fondo, bullía su admirable capacidad de raciocinio”.

Su pubertad es mucho más tardía que la de sus coetáneos gorilas, y su desarrollo físico mucho menor: que no le crezca el pelo es motivo de burla entre sus coetáneos (por eso lo bautizan como *Tarzán*, que significa piel blanca). Pero cuando llega a la adolescencia, su capacidad para aprender y su ingenio son muy superiores: se vale de ellos para sobrevivir en la jungla. Además de aprender a cazar (y a matar), también aprende a leer por su propia cuenta en la cabaña de los que fueron sus padres (aunque él todavía no lo sepa). Poco a poco va tomando conciencia de que pertenece “a una raza distinta a la de sus salvajes y

peludos compañeros”. Después del contacto con los negros (descritos con tonos racistas), llegará el contacto con los blancos y su enamoramiento de Jane, la hija de un rico americano prometida con un inglés que se hacía pasar por el heredero de lord Greystoke. Un profesor francés, el señor D’Arnot, le tomará afecto e intentará “civilizarlo”. Sus esfuerzos se verán compensados por la capacidad de aprendizaje del muchacho: “Se había ido acostumbrando poco a poco a los ruidos extraños y a las peculiares costumbres de la civilización [...]. Había sido un alumno tan aplicado, que el joven francés vio compensados sus esfuerzos pedagógicos y eso le animó a convertir a Tarzán de los Monos en un caballero elegante en cuanto a modales y lenguaje”. Con él viaja a la civilización: a París primero y después a Baltimore. Pese a que, en la ciudad (en la vida adulta), todo son cortapisas y convencionalismos, y la tentación de volver a la libertad de la selva (a los felices años infantiles) es grande, se impone el deber en forma de amor: “Yo he venido a través de los siglos, desde un pasado nebuloso y remoto, desde la caverna del hombre primitivo, con objeto de reclamarte para mí. Por ti me he convertido en hombre civilizado” —le confiesa a su amada.

Si aplicamos este relato al modelo de juventud implícito, el adolescente sería el buen salvaje que inevitablemente se tiene que civilizar, un ser que contiene todos los potenciales de la especie humana, que aún no ha desarrollado por que se mantiene puro e incorrupto. Frente a la edad adulta, el joven manifiesta el mismo desconcierto que Tarzán hacia la civilización, una mezcla de fascinación y miedo. Lo mismo sucede con los adultos que miran a este ser por “amaestrar”: ¿Debe mantenerse al adolescente aislado en su selva infantil, o hay que integrarlo en la civilización adulta? Las rápidas transiciones del juego al trabajo, la temprana inserción profesional y matrimonial, la participación en rituales de paso, como el servicio militar, serían rasgos característicos de un modelo de adolescencia basado en una inserción “orgánica” en la sociedad. Se trata de un relato de juventud, de una odisea textual, que narra el paso de la cultura oral a la cultura escrita, de la *galaxia Homero* a la *galaxia Gutenberg*.

EL SÍNDROME DEL ETERNO ADOLESCENTE: PETER PAN

— “¿Y me haría ir a la escuela? —preguntó Peter con astucia.

— Sí

— ¿Y después a una oficina?

— Creo que sí.

— ¿Y pronto sería un hombre?

— Muy pronto.

— Pues no quiero ir al colegio ni aprender cosas serias. No quiero hacerme hombre. ¡Oh mamá de Wendy, qué angustia despertarme y verme con barba!”

(J. M. Barrie, *Peter Pan y Wendy*, [1904] 1936)

El segundo modelo de juventud, que se basa en lo que podemos denominar el “síndrome de Peter Pan”, fue inventado por los felices *teenagers* de posguerra y teorizado por los ideólogos de la contracultura (como Theodore Roszak) y por algunas estrellas del rock (como The Who) después de la ruptura generacional de 1968. El modelo se convirtió en hegemónico en el mundo occidental durante la segunda mitad del siglo XX, gracias, en buena parte, al potencial de la sociedad de consumo y del capitalismo maduro (pero también gracias a la complicidad entre jóvenes y adultos para alargar esta fase de formación y diversión).

Peter Pan y Wendy fue escrito por James M. Barrie en 1904, traducido a casi todos los idiomas del mundo y llevado a la pantalla en múltiples ocasiones (tanto en dibujos animados como en versiones cinematográficas para un público infantil, pero también adulto). La historia es conocida: Wendy era la primera hija de un matrimonio inglés, cuya madre le contaba cuentos de hadas antes de irse a dormir. La obra empieza así: “Todos los niños crecen, menos uno. Y pronto saben que han de crecer... Los dos años son el principio del fin”. La mayor parte del relato consiste en el viaje de Wendy y sus hermanos al País de Nunca Jamás, donde vivía un tal Pedro Pan, personaje favorito de sus cuentos. Se trata del país de la infancia, donde nadie quiere crecer y todos viven aventuras sin límite, aunque al final regresan a casa. Cuando la niña le pregunta por qué se escapó de la Tierra, Peter Pan responde: “Fue porque escuché a mi padre y a mi madre que hablaban de qué sería cuando fuera mayor. ¡No quiero ser nunca mayor, de ninguna manera! Quiero ser siempre niño y divertirme”. No sólo no tenía madre, sino que no tenía el mínimo deseo de tenerla: “Consideraba que las mamás eran personas muy pasadas de moda”. Pan no sabe su edad y, de hecho, no tiene noción del tiempo ni del deber: la vida es un juego. El País de Nunca Jamás, donde viven niños perdidos, piratas, pieles rojas y fieras poco salvajes, recuerda a veces a alguna idílica comuna *hippy*, donde los “adolescentes perdidos” de la burguesía vivían al día, comunitariamente, sin presencia de adultos, e intentaban mezclar el trabajo con el juego, vivir la libertad sin autoridad. Después de una etapa de aventuras, Wendy vuelve a su casa con sus padres, llevando con ella a sus hermanos y también a los niños perdidos que habían crecido en el País de Nunca Jamás. Sólo se quedan allí Peter Pan y Campanilla.

En el último capítulo, titulado “Wendy creció”, se cuenta cómo la muchacha y sus amigos se hace mayores: estudian, trabajan, se casan y tienen hijos. Transformada en mamá por el paso del tiempo, escucha cómo su hija pequeña le pregunta por qué los mayores olvidan la habilidad para volar, a lo que responde: “Porque ya no están alegres, ni son inocentes, ni insensibles” Después de muchos años, Peter Pan regresa y constata sorprendido que “él era todavía un niño, pero ella, en cambio, una persona mayor”. Por ello se produce un replazo generacional y se comunica con la pequeña Margarita, que finalmente vuela con él sin que su mamá pueda evitarlo. El relato acaba así: “Cuando Margarita será grande tendrá una niña, que será también la madrecita de Pedro; y así pasará siempre, siempre, mientras los niños sean alegres, inocentes y un poco egoístas”.

Si aplicamos este relato al modelo de juventud implícito, el adolescente sería el nuevo sujeto revolucionario -o el nuevo héroe consumista- que se rebela contra la sociedad adulta -o reproduce hasta la caricatura sus excesos- y se resiste a formar parte de su estructura, al menos durante un tiempo más o menos largo: en la sociedad posindustrial, es mejor ser -o parecer- joven que mayor. Ello se consigue alargando el periodo de escolaridad (tanto la obligatoria como la vocacional) y, sobre todo, creando espacios-tiempos de ocio (comerciales o alternativos) donde los jóvenes puedan vivir provisionalmente en un paraíso (“Todo un Mundo” era el lema de una famosa macrodiscoteca). En este País de Nunca Jamás predominan otros lenguajes, otras estéticas, otras músicas, otras reglas. Pero llega un momento, más o menos voluntario, más o menos tardío, en que deben abandonarlo. Las lentas transiciones frente a la edad adulta, el proceso acelerado de escolarización, la creación de microsociedades adolescentes -tanto en la educación como en el ocio-, el aumento de la capacidad adquisitiva de los jóvenes, la desaparición de los rituales de paso hacia la edad adulta, la emergencia de “tribus” y subculturas juveniles, serían los rasgos característicos de un modelo de inserción “mecánica” en la sociedad. Se trata de un relato de juventud, de una odisea contextual, que narra el paso de la cultura escrita a la cultura visual, de la *galaxia Guttenberg* a la *galaxia McLuhan*.

EL SÍNDROME DEL REPLICANTE: BLADE RUNNER

“Roy Baty tiene un aire agresivo y decidido de autoridad *ersatz*. Dotado de preocupaciones místicas, este androide indujo al grupo a intentar la fuga, apoyando ideológicamente su propuesta con una presuntuosa ficción acerca del carácter sagrado de la supuesta ‘vida’ de los androides. Además robó diversos psicofármacos

y experimentó con ellos; fue sorprendido y argumentó que esperaba obtener en los androides una experiencia de grupo similar a la del Mercerismo que, según declaró, seguía siendo imposible para ellos”.

(Philip K. Dick, *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?*, [1968] 2001)

El tercer modelo de juventud, que se basa en lo que podemos denominar el “síndrome de Blade Runner”, emerge a finales del siglo XX y está llamado a convertirse en hegemónico en el siglo XXI. Sus teóricos son los ideólogos del ciberespacio -tanto los oficiales como los *hackers* alternativos-, que preconizan la fusión entre inteligencia artificial y experimentación social, e intentan exportar al mundo adolescente sus sueños de expansión mental, tecnologías humanizadas y autoaprendizaje.

¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas? es una novela creada por Philip K. Dick en 1968 -una fecha emblemática para la juventud- y popularizada gracias a la insuperable versión cinematográfica que Ridley Scott le dedicó en 1982 y cuyo título ha acabado por hacer olvidar al original: *Blade Runner*. La historia es conocida en su contexto, pero no en los detalles: mientras que en la novela los hechos suceden en San Francisco en 1992, en el filme pasan en Los Ángeles en 2019. Una gran explosión nuclear ha estado a punto de acabar con la vida en la Tierra, causando la extinción de la mayor parte de especies vivas. La Corporación Tyrell había adelantado la formación robótica a la fase NEXUS, un ser virtualmente igual al hombre, al que llamó “replicante”. Los replicantes eran superiores en fuerza y agilidad e iguales en inteligencia a los ingenieros genéticos que los habían creado, pero eran utilizados como esclavos en el espacio exterior, en la peligrosa colonización de otros planetas. Después de un motín de un grupo de androides, estos fueron declarados ilegales en la Tierra, bajo pena de muerte. Patrullas especiales de la policía -unidades Blade Runner- tenían la orden de aniquilarlos, lo que no era considerado una ejecución, sino una jubilación.

Tanto la novela como la película se basan en la relación de amor-odio entre un pequeño grupo de androides y un Blade Runner cuya misión es aniquilarlos. Como en un juego de espejos cóncavos, ambas partes van tomando conciencia de sí mismos a medida que se pelean con el otro. Los androides reconocen: “Somos máquinas, estampadas como tapones de botella. Es una ilusión ésta de que existo realmente, personalmente. Soy sólo un modelo de serie”. Pero, al mismo tiempo, van explorando una nueva identidad, basada en la voluntad “de diferenciarse de algún modo”. “Nosotros no nacemos, no crecemos. En lugar

de morir de vejez o enfermedad, nos vamos desgastando... Me han dicho que es bueno si no piensas demasiado...” En cuanto al Blade Runner, siente fascinación por sus perseguidos y acaba enamorándose y acostándose con una replicante. La descripción que el informe policial hace del líder de la revuelta, Roy, no puede separarse del momento en que se escribe el libro (1968): el androide “tiene un aire agresivo y decidido”, está “dotado de preocupaciones místicas”, “indujo al grupo a intentar la fuga”, el cual apoyó su propuesta como una ideología salvadora, “robó diversos psicofármacos y experimentó con ellos”; y tenía como máximo objetivo buscar “una experiencia de grupo”. ¿No recuerda todo eso a la rebeldía juvenil de cualquier comuna *hippy* o piso de estudiantes de la época?

Si aplicamos este relato al modelo de juventud implícito, los adolescentes son seres artificiales, medio robots y medio humanos, escindidos entre la obediencia a los adultos que los han engendrado y la voluntad de emanciparse. Como no tienen “memoria”, no pueden tener conciencia, y por esto no son plenamente libres para construir su futuro. En cambio, han estado programados para utilizar todas las potencialidades de las nuevas tecnologías, por lo que son los mejor preparados para adaptarse a los cambios, para afrontar el futuro sin los prejuicios de sus progenitores. Su rebelión está condenada al fracaso: sólo pueden protagonizar revueltas episódicas y estériles, esperando adquirir algún día la “conciencia” que los hará mayores. Como los replicantes, los adolescentes tienen todo el mundo a su alcance, pero no son amos de sus destinos. Y como Blade Runners, los adultos vacilan entre la fascinación de la juventud y la necesidad de exterminar la raíz de cualquier desviación de la norma. El resultado es un modelo híbrido y ambivalente de adolescencia, a caballo entre una creciente infantilización social, que se traduce en dependencia económica y falta de espacios de responsabilización, y una creciente madurez intelectual, que se expresa en el acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación, a las nuevas corrientes estéticas e ideológicas, etc. Las transiciones discontinuas hacia la edad adulta, la infantilización social de los adolescentes, el retraso permanente en el acceso al trabajo y a la residencia, la emergencia de mundos artificiales como las comunidades de internautas, la configuración de redes adolescentes a escala planetaria, serían los rasgos característicos de un modelo de inserción “virtual” en la sociedad. Se trata de un relato de juventud, de una odisea hipertextual, que narra el paso de la cultura visual a la cultura multimedia, de la *galaxia McLuhan* a la *galaxia Gates*.

LA GENERACIÓN DE LA RED

“Por primera vez en la historia, los niños se sienten más confortables y son más expertos que sus padres en una innovación central para la sociedad. A través del uso de medios digitales la Generación de la Red desarrollará e impondrá su cultura al resto de la sociedad”. (Tapscott, 1998).

En 1998 Don Tapscott, uno de los profetas de la revolución digital, publicó un estudio dedicado a la Generación de la red (*Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*). Para este autor, así como los *baby-boomers* de posguerra protagonizaron la revolución cultural de los años sesenta, basada en la emergencia de la televisión y la cultura rock, los niños y niñas de los 90 fueron la primera generación que llegó a la mayoría de edad en la era digital. No se trata sólo de que sean el grupo de edad con el acceso más grande a los ordenadores y a internet, ni de que la mayor parte de sus componentes vivan rodeados de *bites*, *chats*, *e-mails* y *webs*; lo esencial es el impacto cultural de estas nuevas tecnologías: desde que tienen uso de razón les han rodeado instrumentos electrónicos (de videojuegos a relojes digitales) que han configurado su visión de la vida y del mundo. Mientras en otros momentos la brecha generacional estuvo marcada por grandes hechos históricos (guerras y revueltas como la del 68) o bien por rupturas musicales (Elvis, los Beatles, los Sex Pistols), lo que marca ahora la diferencia es una revolución tecnológica: se habla de la generación *bc* (*beforecomputer*) y *ac* (*aftercomputer*). Ello genera nuevas formas de protesta, como las marchas antiglobalización, donde jóvenes de distintos países acuden a manifestaciones convocadas por internet, propagadas por *flyers* y gestionadas por teléfonos móviles. Y también nuevas formas de diversión (como las *macroraves*), donde se utilizan formas de convocatoria semejantes con finalidades lúdicas. Pero también surgen nuevas formas de exclusión social que podríamos llamar cibernéticas (¡para acceder a la red hace falta tener una llave de acceso!).

Tapscott identifica a la *N' Generation* como a los adolescentes norteamericanos nacidos entre 1977 y 1997, que en 1999 tendrán entre 2 y 22 años. No todos están conectados a internet, pero todos han tenido algún tipo de contacto con los medios digitales, por ejemplo los videojuegos (que cumplen un papel similar a la televisión para los jóvenes de los '50). Representan aproximadamente el 30% de los norteamericanos. Para estos adolescentes, los instrumentos digitales tienen muchos usos: divertirse, aprender,

comunicarse, comprar, trabajar, e incluso protestar. Los años cruciales fueron entre 1994 y 1997 (en esos 4 años el porcentaje de adolescentes que considera que es “in” estar “on line” sube de 50 al 90%). La generación de la red tiene un epígono con quien puede comparse: los *baby-boomers*. Esta generación incluye a quienes nacieron entre 1946 y 1964, y crecieron durante los años 50 y 60. También son denominados la generación de la guerra fría, de la prosperidad de postguerra, o más apropiadamente de la TV. Crecieron junto con Bonanza, Bon Dylan, JFK, Harold and Maude, marihuana, la guerra del Vietnam, los Beatles, etc. En 1952 solo el 12% de los hogares tenían TV, en 1958 habían subido al 58%. A continuación viene una generación intermedia, llamada del *BabyBust* (borrachera o fracaso), caracterizada por un retroceso demográfico, un estancamiento económico y un acceso masivo a la formación superior. Está compuesta por los nacidos entre 1965 y 1976, erróneamente se califica como la generación X, que constituyen el 16% de la población americana.

Tras 1977 se produce lo que se denomina el “baby boom eco”: los *babyboomers*, que habían postergado su juventud, empiezan a tener hijos, lo que coincide con la revolución digital que estaba empezando a transformar muchas facetas de nuestra sociedad. La red se convierte en la antítesis de la TV. Los adolescentes actuales pueden denominarse *screenagers*: “La TV es controlada por adultos. Los chicos son observadores pasivos. En contraste, los niños controlan gran parte de su mundo en la red. Es algo que hacen por si mismos; son usuarios, y son activos. No sólo observan, participan. Interrogan, discuten, argumentan, juegan, compran, critican, investigan, ridiculizan, fantasean, buscan, y se informan [...] Dado que la Red es la antítesis de la TV, la N-Gen es la antítesis de las TV-Gen” (Tapscott, 1998: 25-26). En sintonía con los postulados de Margaret Mead (que en 1971 ya se había referido a los jóvenes como vanguardia del cambio cultural), Tapscott considera a los *N-Gener*s como precursores de una nueva era de cambios: “líderes del futuro”. Los nuevos medios no sólo están creando una nueva cultura juvenil, sino incluso una nueva ideología. Pero esta ideología no es obra de ningún visionario, ni tampoco consiste en un conjunto único de valores. Se trata de una revolución tecnológica que puede convertirse en revolución juvenil: “Aunque a muchos les cueste aceptarlo, los jóvenes digitales son revolucionarios. A diferencia de los *boomers*, ellos no hablan de revolución, la llevan a cabo. Se trata de una cultura que debe juzgarse no por lo que dice, sino por lo que hace” (Katz, 1997; cit. en Tapscott, 1998: 291). Tapscott los define también como la “generación

navegante”, o YO-YO² (You’re On Your Own): “Los N-Geners son los jóvenes navegantes. Han mandado su nave a la Red y esta vuelve a casa a salvo, cargada de riquezas. Saben que no pueden confiar su futuro a nadie más –ninguna corporación o gobierno puede asegurarles una vida completa-... La juventud está capacitada para dirigir su propia ruta y capitanear su propia nave” (Tapscott, 1998: 287).

GENERACIÓN @

“La edad es... fundamental para la implantación de internet (una tecnología nueva, familiar para los jóvenes y ajena a las personas maduras y a la gente mayor)”

(Castellset *al*, 2003).

La última generación del siglo XX fue bautizada por el término “generación X” por un escritor norteamericano (Douglas Coupland), que con ello pretendía sugerir la indefinición vital y la ambigüedad ideológica del post-68. ¿Cómo bautizar a los jóvenes que penetran hoy en este territorio, a la primera generación del siglo XXI? Hace unos años propuse un término que haría fortuna: “generación @” (Feixa, 2001). El mismo pretendía expresar tres tendencias de cambio que intervienen en este proceso: en primer lugar, el acceso universal -aunque no necesariamente general- a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación; en segundo lugar, la erosión de las fronteras tradicionales entre los sexos y los géneros; y en tercer lugar, el proceso de globalización cultural que conlleva necesariamente nuevas formas de exclusión social a escala planetaria. De hecho, el símbolo @ es utilizado por muchos jóvenes en su escritura cotidiana para significar el género neutro, como identificador de su correo electrónico personal, y como referente espacio-temporal de su vinculación a un espacio global (vía *chats* por Internet, viajes por Interrail, o audiciones por la MTV). Ello se corresponde con la transición de una cultura analógica, basada en la escritura y un ciclo vital regular –continuo-, a una cultura digital, basada en la imagen y un ciclo vital discontinuo -binario (Castells, 1999; Sartori, 1998; Pais, 2007).

La juventud fue uno de los primeros grupos sociales en “globalizarse”: desde los años 60, los elementos estilísticos que componen la cultura juvenil (de la música a la moda) dejaron

² Huelga decir que José Machado Pais (1999, 2007), por vías independientes a las de Tapscott, utilizó la misma metáfora para teorizar con mayor rigor sobre las transiciones juveniles en la sociedad posmoderna.

de responder a referencias locales o nacionales, y pasaron a ser lenguajes universales, que gracias a los medios masivos de comunicación llegaban a todos los rincones del planeta, hasta el extremo de que un autor gramsciano profetizó la emergencia de la primera cultura realmente “internacional-popular”. El último tercio de siglo no ha hecho más que consolidar este proceso: la ampliación de las redes planetarias (de los canales digitales de televisión a internet), y las posibilidades reales de movilidad (del turismo juvenil a los procesos migratorios) ha aumentado la sensación que el reloj digital se mueve al mismo ritmo para la mayor parte de los jóvenes del planeta. Ello no significa que el espacio local haya dejado de influir en el comportamiento de los jóvenes: lo global realimenta las tendencias centrípetas.

Mientras el espacio se globaliza y des-localiza de forma paralela, el tiempo se eterniza y se hace más efímero de forma sucesiva. Vivimos en el tiempo de los microrelatos, de las microculturas y de los microsegundos. Pocas imágenes pueden representar mejor la fugacidad del presente que la noción de “tiempo real” con la que los noticiarios televisivos o cibernéticos nos comunican que un suceso, una transacción económica, un chat o un record deportivo están sucediendo. Pero al mismo tiempo, esta extrema fragmentación de los tiempos de trabajo y de los tiempos de ocio prefiguran la posibilidad del tiempo virtual. Castells (1999) ha hablado de “tiempo atemporal” y de “cultura de la virtualidad real” para referirse a la nueva concepción del tiempo que surge con el postmodernismo, asociada a un sistema multimedia integrado electrónicamente. Esta concepción se caracteriza, por una parte, por la simultaneidad extrema, es decir, por la inmediatez con que fluye la información (que permite que las mismas músicas, modas y estilos sean interiorizados por jóvenes de todo el planeta al mismo tiempo). Pero por otra parte, implica también una extrema atemporalidad, en la medida en que los nuevos medios se caracterizan por los collages temporales, la hipertextualidad, la creación de momentos artificiales, míticos y místicos (como los que permiten experimentar los juegos de realidad virtual, las fiestas *rave* o las nuevas religiones electrónicas). En efecto, las culturas juveniles emergentes exploran el planeta y toda la historia de la humanidad, componiendo hipertextos con infratextos de orígenes muy diversos (mezclando la cultura rap de los guetos estadounidenses con música electrónica creada en el extremo oriente). El uso recurrente de la telefonía móvil por parte de los jóvenes sería otro ejemplo de esta temporalidad virtual, pues añade flexibilidad a las conexiones personales y crea vínculos sociales sin que sea preciso el contacto físico inmediato. Pero también correspondería al mismo modelo otro factor que influye de

manera mucho más determinante en la vida de los jóvenes: la precarización del empleo y sus consecuencias económicas y culturales.

La globalización del espacio y la virtualización del tiempo convergen en la noción de nomadismo, propuesta por Maffesoli (1997) como metáfora central de la posmodernidad. Un espacio sin fronteras (o con fronteras tenues), un espacio desterritorializado y móvil, se corresponde con un tiempo sin ritos de paso (o con ritos sin paso), un tiempo acrónico y dúctil. Para los jóvenes de hoy, ello significa migrar por diversos ecosistemas materiales y sociales, mudar los roles sin cambiar necesariamente el estatus, correr mundo regresando periódicamente a la casa de los padres, hacerse adulto y volviendo a la juventud cuando el trabajo se acaba, disfrazarse de joven cuando ya se está casado y se gana tanto como un adulto, viajar por Interrail o por Internet sin renunciar a la identidad localizada que corresponde a una nueva solidaridad de base.

La pluralización de las biografías juveniles –y la creación de comunidades virtuales basadas en el tiempo imaginado– corresponde al vaivén pendular entre la tribu y la red que experimentan las culturas juveniles. En un ensayo clásico, Maffesoli (1990) etiquetó a la sociedad posmoderna como “el tiempo de las tribus”, entendiendo como tal la confluencia de comunidades hermenéuticas donde fluyen los afectos y se actualizaban lo “divino social”. Se trata de una metáfora perfectamente aplicable a las culturas juveniles de la segunda mitad del siglo XX, caracterizada por reafirmar las fronteras estilísticas, las jerarquías internas y las oposiciones frente al exterior. Sin embargo, es mucho más difícil de aplicar a los estilos juveniles emergentes en este cambio de milenio, que más que las fronteras enfatizan los pasajes, más que las jerarquías remarcen las hibridaciones, y más que las oposiciones resalten las conexiones. Los teóricos de la sociedad informacional han propuesto la metáfora de la red para expresar la hegemonía de los flujos en la sociedad emergente, identificando a la juventud como uno de los sectores que con mayor peso se acerca a la malla de relaciones pseudoreales en que se está convirtiendo la estructura social. A su vez, ello se corresponde con una ruptura de la misma estructura de ciclo vital, que de un curso lineal (como en la tribu) se transforma en un curso discontinuo, individualizado y polimorfo.

Al bautizar a los jóvenes de hoy como “generación @”, no pretendo postular la hegemonía absoluta del reloj digital (o de la concepción virtual del tiempo). Si ello no está todavía claro

en Europa, mucho menos lo está a escala universal, donde las desigualdades sociales, geográficas y generacionales no sólo no desaparecen, sino que a menudo se refuerzan con el actual proceso de globalización (lo que puede explicar el papel activo de los jóvenes en los movimientos anti-globalizadores). Lo que pretendo resaltar, a la manera de Mead, es el papel central que en esta transformación tiene las concepciones del tiempo de los jóvenes, como signo y metáfora de nuevas modalidades de consumo cultural. Estamos experimentando un momento de tránsito fundamental en las concepciones del tiempo, similar al que vivieron los primeros trabajadores fabriles cuya vida empezó a regirse por el reloj. El consumo de bienes audiovisuales –en particular el protagonizado por jóvenes– es seguramente el sector del mercado que más claramente refleja estas tendencias de cambio. Tendencias todavía difusas, ambiguas y contradictorias, pero en las que quizá podemos ver expuestas, como en los relojes “blandos” que pintó Dalí, olvidos de tiempos pasados, paradojas de tiempos presentes e incertidumbres de tiempos futuros.

La mayor parte de los teóricos de la sociedad postmoderna han puesto de manifiesto el papel de las nuevas generaciones en la difusión del “digitalismo”. Por una parte, los adolescentes son los profetas de una nueva nación digital que promete reestructuración de las clásicas relaciones unívocas entre profesores y alumnos, padres e hijos, expertos e inexpertos (pues a menudo las innovaciones se producen en la periferia y los menores actúan como educadores de los mayores). Por otra parte, los adolescentes son también las víctimas de la nueva sociedad del riesgo (Beck, 1992) donde los peligros aumentan y pueden penetrar en los domicilios por oscuras fibras ópticas. En la perspectiva de los usuarios, las nuevas generaciones aparecen también retratadas de una forma ambivalente: por una parte, se convierten en “esclavos felices” de unas tecnologías digitales que ocupan todo su tiempo de ocio y los encadena a su habitación (con efectos negativos como el sobrepeso y las ciberdependencias); por otra parte, se convierten en eternos *hackers* depositarios de la “cultura crítica de Internet”, la “fibra oscura” (Lovink, 2004) vinculada a la contracultura que generó la mayor parte de innovaciones creativas y que en la actualidad se expresa en diversos y novísimos movimientos sociales (del movimiento antiglobalización al movimiento por el *software* libre). Holloway & Valentine (2003) se preguntan si vamos hacia una sociedad de “ciberniños”. Los autores muestran la mutua constitución de los mundos *on-line* y *off-line*, enfatizando la interpenetración de los aspectos sociales y técnicos, así como de los espaciales y temporales.

UNIDOS POR EL FLOG

- “¿Y cómo hiciste vos para tener más firmas, que es lo mismo que el rating, pero en un fotolog?”

Hice cosas buenas, como por ejemplo la cita en el Abasto. Yo quería demostrar que no somos chicos que nos pasamos todo el día delante de la computadora, sino que usamos la computadora como un medio para conocer gente. Lo que tiene es que es un medio masivo totalmente.

- ¿Más masivo que Clarín?

Para los adolescentes sí. Te puedo asegurar que son más los chicos que entran en un blog que los que leen el diario... ¿Vos sabés que ahora yo estoy en Clarín? Tengo un banner ahí...

- No es fácil ser Cumbio, entonces, pero tampoco es fácil ser adolescente...

Pero creo que en algún momento tenés que hacer algo vos para que no sea tan difícil, me parece. Y en ese momento es cuando dejás de darle importancia a lo que piensan los demás. Muchos chicos se privan de ser felices por eso me gustaría... (piensa un instante). No es que quiera estar portando un mensaje de los homosexuales, pero desde mi forma de ser demuestro que no importa lo que digan los demás, que cada uno tiene derecho a ser feliz y que eso no le hace mal a nadie. Entonces, ¿por qué tenés que ser lo que los demás quieren que seas? No sé si me entendés...”

(Mu. *El periódico de la vaca*, n° 20. Noviembre 2008).

Noviembre de 2008. Regreso de Buenos Aires tras una intensa semana en la que he participado en el *I Foro Iberoamericano de Revistas de Juventud*. A raíz de mi intervención titulada “La juventud en imágenes: presentaciones y representaciones”, en la que establezco conexiones entre la mirada del fotógrafo, la del etnógrafo y la del juvenólogo, los colegas argentinos me hablan de una nueva tribu urbana que está haciendo furor en el país: los *floggers*. Se trata de adolescentes de la era digital, apasionados por el Foto-log (o flog), el popular servicio de internet para publicar y compartir fotografías. En los últimos meses, los *floggers* han pasado de encontrarse en el espacio virtual a hacerlo en el espacio presencial: más concretamente, en algunos centros comerciales de Buenos Aires (y en los medios de comunicación de masas). Según mis colegas, los *floggers* suelen ser de sectores acomodados,

se caracterizan por hacer un uso intensivo de la tecnología: van siempre con sus teléfonos celulares, que usan en forma multimedia, principalmente como teléfono y cámara fotográfica, pero también para envío de sms, escuchar música mp3, navegar por internet, etc.

A diferencia de otras prácticas tecnológicas, los *floggers* han desarrollado todos los elementos característicos de las subculturas juveniles: a) un determinado lenguaje oral, textual y en este caso visual; b) una estética particular (pelo liso las chicas, con flequillo los chicos, pantalones chupines (ajustados), suéters con colores chillones y algo psicodélicos, camisas ajustadas las chicas, apariencia andrógina, uso de ropas de marca); C) la predilección por determinados ritmos musicales (las distintas variantes de la música electrónica, que bailan con su celular en el oído, con incursiones recientes a la cumbia y otros ritmos alternativos); d) unas producciones culturales (articuladas en torno al consumo intensivo de nuevas tecnologías); y sobre todo e) una actividad focal: el uso intensivo de las tecnologías digitales, para hacer constantemente fotografías con la cámara digital y colgarlas inmediatamente del foto-log para recibir comentarios y hacer amigos. Dedican mucho tiempo a esta práctica: pueden colgar 7 u 8 fotos por día, pero deben actualizarlas constantemente: el juego consiste en tener el mayor número de visitas (firmas) que actúan como una especie de marcador de audiencia (*rating*). En lo cualitativo, importan los comentarios que se dejan a las fotos, que pueden dar pie a otros contactos vía chat o e-mail. Existe también la posibilidad de contratar espacios de pago, que permiten bajar un número mucho mayor de fotos (de 1000 a 2000 por día).

Mis colegas me cuentan que los blog y los flog son desde hace unos años muy populares en los países del cono sur (Chile, Argentina) y algunos otros andinos (como Perú). Se convirtió hasta cierto punto en símbolo de los jóvenes de clase media-alta, urbanos, apasionados por las nuevas tecnologías (ello está relacionado con la pasión por el manga y la cultura japonesa: hay blogs centrados en Pokemon; en Perú hay un servicio parecido al fotolog: el hi-five). Al principio era sólo una costumbre virtual: los adolescentes se encontraban en el las webs que albergan flogs, colgaban sus fotos sin pudor, con nombres ficticios –avatares- y rostros reales, introducían comentarios, participaban en chats y hacían amigos. Pero en diciembre de 2007 a una muchacha lesbiana de 17 años, de avatar Cumbio, bastante popular en el flog, se le ocurrió convocar a sus “amigos virtuales” (la red de *firmas*

que se enlazan a su web) en un lugar emblemático de la ciudad de Buenos Aires: Abastos. Se trata del antiguo mercado central, reconvertido en un popular centro comercial (o shopping, como le llaman aquí). La convocatoria tuvo gran éxito: acudieron 300 jóvenes, que descubrieron que el cara a cara es compatible con el *nickname* a *nickname*: empezaron a autodenominarse *floggers*, bautizando a una nueva tribu urbana. Desde ese momento, Cumbio se convirtió en su líder y marcadora de tendencias. Nike la “descubrió” y contrató como “trendsetter”, fotógrafa-buceadora de las tendencias emergentes en la cultura juvenil. La difusión masiva de la subcultura, sin embargo, vino después: a mediados de 2008 hubo una pelea de origen desconocido sin demasiadas consecuencias.

Y sobrevino el consabido proceso de pánico moral: se etiqueta a un grupo “peligroso” a partir del contraste con los supuestos enemigos *-floggers* contra pibes cumbiacheros. Mientras los primeros son percibidos como jóvenes de clases trabajadoras, que habitan las villas populares, visten ropa tradicional y gustan de la música popular, los segundos serían jóvenes estudiantes de clase media, que habitan edificios de apartamentos del centro urbano, visten ropa de marca y de última tendencia, y gustan de las músicas avanzadas (con alguna excepción, como la propia líder, apasionada de la cumbia como su nombre indica) y sobre todo las nuevas tecnologías. En la representación mediática, los cumbias son peligrosos y violentos, con tendencias masculinas, mientras los *floggers* son inofensivos y lúdicos, de tendencias andróginas. A partir de ese momento, algunos líderes como Cumbio empezaron a recorrer los medios de comunicación, concediendo entrevistas en prensa y sobre todo en los *talk shows* televisivos. Las visitas a su página web se dispararon (del millón de firmas se pasó a casi 25 millones), y mediante un proceso de imitación, su estilo de vestir y sus gustos se extendieron rápidamente. Además de Nike, el periódico argentino de mayor tirada –*Clarín*– le pagó para que reubicara su web en el sitio del diario, y varias marcas de moda y perfumes la convirtieron en su ícono publicitario.

Me doy cuenta de que quienes más saben de los *floggers* son mujeres (gracias Mariana y el resto). Cuando pregunto por los rasgos y causas de la subcultura recibo estas respuestas: “Es Andy Warhol pasado por el chicle basuco” (por un chicle de color rosa muy popular); “Es como si hubieran tomado algo que ya estaba en el mercado y le hubieran dado un nuevo sentido” (por la ropa de marca que usan); “La generación que vio Chiriquita luego se hizo floger” (por las series musicales para preadolescentes que proliferaron los últimos años y prepararon el terreno); “Hoy en Argentina todos son flogeros. Tengo un sobrino chiquito que hace poco le dijo a su mamá: ‘Quiero ser floger’”; “Viven conectados. Deben

estar todo el día haciendo fotos, respondiendo mensajes: ‘Acá estoy levantándome’, ‘Te quiero Cumbio’”; “Los flogs es una estética de fanzine en la era de internet: no es una estética muy cuidada como los blogs, es más improvisada”; “Los flogs es el lugar donde los padres se enteran de lo que hacen sus hijos” (esta última frase da que pensar).

¿Qué son pues los *floggers*? Aparentemente, no son una subcultura sino una práctica cultural juvenil compartida por varias subculturas: la de caer rendido ante el “efecto espejo” de la cámara digital, retratando escenas de la vida cotidiana y colgándolas de un espacio gratuito del Foto-log, ese servicio en línea inventado para compartir material gráfico y fotográfico. Si prestamos atención, es algo muy parecido al clásico diario personal, el espacio íntimo donde el adolescente exponía sus vivencias y su descubrir del mundo, sus amores y desamores, sus dudas existenciales. Con la diferencia de que en lugar de textos lo que predomina aquí son las imágenes –aunque se ilustran con comentarios y se colocan en forma que produce un efecto discursivo- y sobretodo que en lugar de guardarse bajo llave en un lugar privado, secreto (la propia habitación) se exponen en el lugar más público posible: internet. En realidad, para los adolescentes la audiencia es parecida: el diario se enseñaba a los amigos sin pudor pero se escondía de los padres; con el flog hacen lo mismo, pues esperan inocentemente que sus papas no se enteren que tienen blog ni fotolog para que no descubran sus correrías; es cierto que sus papas no son tontos y están acostumbrados a bucear en la red para saber algo de sus hijos –como me confesaba una política argentina hace un tiempo, quien descubrió que su hija había perdido su virginidad gracias a su blog. Pero, ¿acaso las madres no acababan siempre descubriendo el diario personal escrito y escondido por sus hijos/hijas, con el consabido escándalo? En realidad, más que la diferencia entre la audiencia privada o pública, lo fundamental es el proceso posterior: las reacciones suscitadas por las fotos, reflejadas en los comentarios que los visitantes van anotando en la web y en la lista de amigos y contactos que se van añadiendo al flog. Pero si esto se hubiera quedado en internet, no había pasado de ser una costumbre más o menos curiosa, más o menos envolvente, de muchos grupos juveniles y no tan juveniles (como los pederastas). Lo significativo en este caso es que Cumbio se hizo carne y habitó entre nosotros: que bajó a la plaza pública y allí se conectó con otros adolescentes como ella y sobre todo con los medios de comunicación que enseguida la etiquetaron y relacionaron la tribu con otras tribus, en el consabido proceso de clasificación (de atracción/repulsión).

Otro factor interesante a considerar es el uso del flog como sistema de distinción, según la perspectiva de Bourdieu. En primer lugar, para tener acceso al flog uno debe poder navegar en internet de alta velocidad, lo que no está al alcance de todos; en los últimos tiempos además a los flogs gratuitos se han añadido flogs de pago o patrocinados (Flogs-VIP), lo que va creando distinciones dentro de la red. En segundo lugar, para poder intervenir en el flog uno debe disponer de todo un repertorio de tecnologías complementarias: un teléfono celular de tercera generación, con cámara e internet, cuyas marcas y modelos marcan claras diferencias. Por último, los *floggers* como un todo se contraponen simbólicamente a otros sectores socialmente, que no tienen acceso a estas tecnologías, utilizando la estética como elemento de distinción. Por lo visto, han nacido ya los *Bolifloggers* (contracción de bolita: boliviano, y floger), para connotar a los que aspiran a acercarse al grupo, los quieren ser floguers pero les cuesta, porque son más jóvenes e inexpertos, o bien porque son de sectores más populares. A notar que el término “bolita” es despectivo, sirve para etiquetar a los emigrantes bolivianos, el sector más excluido y marginado de Argentina. Como los bolitas, los *bolifloggers* son inmigrantes, y antes de ser aceptados en la tribu deben superar el examen al que son sometidos por los veteranos –los *flogger* nativos.

Mientras regreso a Cataluña, me pregunto cuánto tardarán en llegar los *floggers* a Barcelona (quizá ya han llegado y no lo sabemos). Mis colegas argentinos no tenían claro si era un fenómeno local o global. En principio se creía que era algo porteño –bonaerense- pero al poco tiempo descubrieron que tenía réplicas en las pequeñas ciudades de provincia –la Plata, Rosario, Córdoba- e incluso en otros países del cono sur –Santiago, Montevideo. Pero ¿se había difundido más allá? Al cabo de apenas un mes recibo la respuesta: el programa de máxima audiencia de la radio catalana dedica un reportaje a los *floggers*, que probablemente no tardarán en expandirse en España.

(IN)CONCLUSIONES

“La última vez que le vi era usted un auténtico salvaje... y ahora conduce un automóvil” (Tarzán)

“No sé si habréis visto nunca el mapa del espíritu de una persona” (Peter Pan)

“Lo único que puede hacerse es moverse al paso de la vida” (BladeRunner)

El viaje que hemos emprendido por la historia del concepto de juventud ha llegado a su fin (o a una estación de interconexión antes de emprender nuevos vuelos). De Tarzán (o Jane) a Blade Runner (o la androide Rachael), pasando por Peter Pan (o Alicia en el País de las maravillas), hemos presenciado el alumbramiento, el auge y la lenta decadencia de la era de la adolescencia. En los albores del siglo XXI, ¿tiene sentido seguir hablando de la juventud como una etapa de transición? Y es que ese invento de hace un siglo -un periodo juvenil dedicado a la formación y al ocio- empieza a no tener sentido cuando los *ritos de paso* son remplazados por *ritos de impasse* y las etapas de transición se convierten en etapas intransitivas, cuando los jóvenes siguen en casa de sus padres pasados los 30, se incorporan al trabajo a ritmos discontinuos, están obligados a reciclarse toda la vida, retrasan la edad de la fecundidad e inventan nuevas culturas juveniles que empiezan a ser transgeneracionales. ¿Asistimos quizá al fin de la juventud?

Sin embargo, nos equivocáramos si considerásemos que el recorrido que hemos hecho es un proceso evolutivo unidireccional, que va de lo “natural” a lo “cultural”, de lo “salvaje” a lo “civilizado”, de lo “analógico” a lo “digital”, de la “no juventud” a la “eterna juventud”. Pues Tarzán, Peter Pan y Blade Runner (Jane, Alicia y Rachael) no constituyen modelos contrapuestos, sino variedades de la experiencia juvenil que pueden convivir en el momento presente. Hoy siguen existiendo instituciones y momentos de la vida en los que predomina el modelo preindustrial de la transición a la vida adulta simbolizado por Tarzán, otros en los que persiste el modelo industrial de resistencia a hacerse adulto simbolizado por Peter Pan, y algunos en los que emerge el modelo posindustrial de hibridación entre lo joven y lo adulto simbolizado por Blade Runner. Hoy como ayer, el reto de los jóvenes es aprender a manejar un coche, entender el mapa de las emociones y moverse al paso de la vida. Y las tres cosas sólo pueden aprenderse si se interactúa –de manera pacífica o conflictiva- con adultos –padres y madres, educadores, etc.- que las aprendieron antes. De manera que podríamos acabar preguntándonos: ¿puede ser la juventud algo más que una etapa de la vida?

BIBLIOGRAFÍA

Barrie, Jean M. [1904] (1935) *Peter Pan i Wendy*, Barcelona, Joventut. [*Peter Pan and Wendy*].

Beck, Ulrich [1986] (1992) *La sociedad del riesgo*, Barcelona, Paidós.

Burroughs, E.R. [1912] (2002) *Tarzán de los monos*, Madrid, El País. (*Tarzan of the Apes*).

Castells, Manuel [1996] (1999) *La era de la información: La sociedad red*, Vol. I. Madrid, Alianza.

Castells, Manuel et al. (2003) *La societat xarxa a Catalunya*, Barcelona, Rosa dels Vents-UOC.

Dick, Philip D. [1968] (2001) *Blade Runner: ¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?* Barcelona, Planeta.

Feixa, Carles (2001) *Generació @*, Barcelona: Secretaria General de Joventut.

Holloway, S. L., Valentine, G. (2003) *Cyberkids: Children in the Information Age*, London, Routledge.

Lovink, David (2004) *Fibra oscura*, Madrid, Tecnos.

Pais, José Machado, ed. (1999) *Traços e Riscos de Vida*, Lisboa, Ambar.

Pais, José Machado (2007) *Chollos, chapuzas y changas*, Barcelona, Anthropos.

Maffesoli, Michel (1990) *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icària.

Sartori, Giovanni (1998) *Homo videns: La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.

Tapscott, Dan (1998) *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*, New York, McGraw-Hill.